

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องรถยนต์และปัญหาในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นเจ้าของรถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล กลุ่มละ 160 ราย รวมเป็น 320 ราย โดยใช้วิธีเก็บตัวอย่างตามสะดวกจากสถานที่ซึ่งมีปริมาณรถยนต์จำนวนมาก เช่น ที่จอดรถสถาบันการศึกษาขนาดใหญ่ ที่จอดรถห้างสรรพสินค้า และที่จอดรถหน่วยงานราชการ เป็นต้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ (ตารางที่ 1-5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับน้ำมันเครื่อง การเลือกน้ำมันเครื่อง การเลือกตราสินค้า การเลือกผู้ขาย การเลือกเวลา และการเลือกปริมาณในการซื้อ เป็นต้น (ตารางที่ 6-20)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ รายได้ และอาชีพ (ตารางที่ 21-32)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง ของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 33)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 1 – 5)

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	141	44.1
ชาย	179	55.9
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 55.9 และเป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.1

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	61	19.0
25 – 34 ปี	142	44.4
35 – 44 ปี	75	23.4
45 ปีขึ้นไป	42	13.2
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ร้อยละ 44.4 รองลงมาได้แก่อายุระหว่าง 35 – 44 ปี ร้อยละ 23.4 และอายุต่ำกว่า 25 ปี ร้อยละ 19.0

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช.หรือเทียบเท่า	49	15.3
อนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า	71	22.2
ปริญญาตรี	154	48.1
สูงกว่าปริญญาตรี	46	14.4
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.1 รองลงมาได้แก่ระดับอนุปริญญา/ปวส.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 22.2 และไม่เกินมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 15.3

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	176	55.0
10,000 – 20,000 บาท	96	30.0
20,001 – 30,000 บาท	31	9.7
30,001 บาทขึ้นไป	17	5.3
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 55.0 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 30.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 9.7

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	53	16.6
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	114	35.6
ธุรกิจส่วนตัว	81	25.3
ข้าราชการ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	49	15.3
อื่น ๆ	23	7.2
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน ร้อยละ 35.6 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 25.3 และนักศึกษา ร้อยละ 16.6

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ (ตารางที่ 6 – 20)

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นต่อระดับความรู้ ของตนเองในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง

ระดับความรู้ในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	4	1.3
มาก	29	9.1
ปานกลาง	123	38.4
น้อย	125	39.0
น้อยที่สุด	39	12.2
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าตนเองมีความรู้ในการตัดสินใจซื้อน้ำมัน เครื่อง ระดับน้อย ร้อยละ 39.0. รองลงมาคิดว่าตนเองมีความรู้ในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง ระดับปานกลาง ร้อยละ 38.4 และคิดว่าตนเองมีความรู้ในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง ระดับ น้อยที่สุด ร้อยละ 12.2

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับทราบข้อมูล เกี่ยวกับคุณสมบัติของน้ำมันเครื่อง

การรับทราบข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาด้วยตนเอง	60	18.8
พนักงานของร้านค้า	137	42.8
เพื่อนแนะนำ	47	14.7
โฆษณา ประชาสัมพันธ์	67	20.9
อื่น ๆ	9	2.8
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ เรียนมา พ่อแนะนำ

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของน้ำมันเครื่อง จากพนักงานของร้านค้า ร้อยละ 42.8 รองลงมาได้แก่โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ร้อยละ 20.9 และ ศึกษาด้วยตนเอง ร้อยละ 18.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของน้ำมันเครื่องที่ซื้อ

คุณสมบัติของน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
ช่วยลดการสึกหรอของเครื่องยนต์	253	79.0
ช่วยลดปริมาณไอเสียของเครื่องยนต์	172	53.8
ช่วยรักษาสภาพเครื่องยนต์ให้สะอาด ปราศจากเขม่า	223	69.7
ช่วยประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิง	83	26.0
ช่วยยืดระยะเวลาในการถ่ายน้ำมันเครื่อง	112	35.0
อื่นๆ	9	2.8

หมายเหตุ - จากผู้ตอบแบบสอบถาม 320 ราย

- เลือกคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

- อื่น ๆ ได้แก่ สตาร์ทติดง่าย ทำให้เครื่องเดินปกติ

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันเครื่องที่ช่วยลดการสึกหรอของเครื่องยนต์ ร้อยละ 79.0 รองลงมาได้แก่ช่วยรักษาสภาพเครื่องยนต์ให้สะอาด ปราศจากเขม่า ร้อยละ 69.7 และช่วยลดปริมาณไอเสียของเครื่องยนต์ ร้อยละ 53.8

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อพิจารณาอันดับแรกในการเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง

ข้อพิจารณา	จำนวน	ร้อยละ
คุณภาพดี ราคาสูง	64	20.0
คุณสมบัติเหมาะกับรถที่ใช้	219	68.4
ราคาประหยัด	19	6.0
ได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมธุรกิจพลังงาน	15	4.7
อื่น ๆ	3	0.9
รวม	320	100.0

หมายเหตุ: อื่น ๆ ได้แก่ ของแถม

จากตารางที่ 9 พบว่าข้อพิจารณาอันดับแรกที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 68.4 พิจารณาในการเลือกซื้อน้ำมันเครื่องคือ คุณสมบัติเหมาะกับรถที่ใช้ รองลงมาร้อยละ 20.0 พิจารณาจากคุณภาพดี ราคาสูง และราคาประหยัด ร้อยละ 6.0

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง

ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	79	24.7
500 - 800 บาท	158	49.4
801 - 1,000 บาท	54	16.9
1,001 - 1,300 บาท	21	6.5
1,300 บาทขึ้นไป	8	2.5
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องต่อครั้ง 500 – 800 บาท มากที่สุด ร้อยละ 49.4 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 24.7 และเสียค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องต่อครั้ง 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 16.9

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อของน้ำมันเครื่องที่ใช้บ่อยที่สุด

ยี่ห้อน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	85	26.6
เอสโซ่	30	9.4
คิวดอท	15	4.7
โมบิล	32	10.0
ริมูล่า	10	3.1
คาลเท็กซ์	39	12.2
คาสโตรอล	52	16.2
บีพี วิสโก้	22	6.9
อื่น ๆ	35	10.9
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ เวลลอย เพนซอยล์ พีทีที วาโวลีน ไมทราบ ไม่น่าใจ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 26.6 ใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์บ่อยที่สุด รองลงมาได้แก่ยี่ห้อคาสโตรอล ร้อยละ 16.2 และยี่ห้อคาลเท็กซ์ ร้อยละ 12.2

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกยี่ห้อ น้ำมันเครื่อง

เหตุผลในการเลือกยี่ห้อน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
ตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง	45	14.0
ชอบบรรจุภัณฑ์	0	0
สะดวกต่อการซื้อหา	34	10.6
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	87	27.2
ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณา	6	1.9
ศูนย์บริการเป็นผู้จัดหาให้	107	33.4
สินค้าได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมธุรกิจพลังงาน	21	6.6
อื่น ๆ	20	6.3
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ อุณหภูมิ/ปริมาณ น้ำมัน แฉะน้ำ แฉะเกลือ

จากตารางที่ 12 พบว่าเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ในการเลือกยี่ห้อ ได้แก่ ศูนย์บริการเป็นผู้จัดหาให้ ร้อยละ 33.4 รองลงมาได้แก่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ร้อยละ 27.2 และตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียง ร้อยละ 14.0

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ น้ำมันเครื่อง

ความต้องการเปลี่ยนยี่ห้อ น้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
คิดจะเปลี่ยน	180	56.3
ไม่คิดจะเปลี่ยน	140	43.7
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดจะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง ร้อยละ 56.3 และไม่คิดจะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง ร้อยละ 43.7

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเปลี่ยนยี่ห้อ น้ำมันเครื่อง

เหตุผลในการเปลี่ยนยี่ห้อ น้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
มียี่ห้อใหม่ ๆ มาให้ทดลองใช้	71	39.4
มียี่ห้ออื่นที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมกับสภาพเครื่องยนต์ มากกว่า	70	38.9
ร้านค้าที่จำหน่ายน้ำมันเครื่อง แนะนำให้เปลี่ยนยี่ห้อ	35	19.4
หาซื้อยี่ห้อเดิมไม่ได้	9	5.0
ยี่ห้ออื่นราคาถูกกว่าแต่คุณภาพ เท่ากัน	116	64.4
อื่น ๆ	1	0.6

หมายเหตุ : - จากผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งคิดเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง 180 ราย
- ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ
- อื่น ๆ ได้แก่ เพื่อนแนะนำยี่ห้อใหม่ให้ใช้

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่คิดจะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำมันเครื่อง มีเหตุผลในการเปลี่ยนยี่ห้อเพราะยี่ห้ออื่นราคาถูกกว่าแต่คุณภาพเท่ากัน ร้อยละ 64.4 รองลงมา ได้แก่ มียี่ห้อใหม่ ๆ มาให้ทดลองใช้ ร้อยละ 39.4 และมียี่ห้ออื่นที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับสภาพเครื่องยนต์มากกว่า ร้อยละ 38.9

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามลักษณะการส่งเสริมการขายของน้ำมันเครื่องที่พอใจ

ลักษณะการส่งเสริมการขาย ของน้ำมันเครื่องที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
มีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องให้ฟรี เมื่อซื้อน้ำมันเครื่องของร้าน	102	31.9
มีของแถมติดมากับน้ำมันเครื่อง เช่น เสื้อยืด/กระเป๋า/น้ำหอมในรถยนต์ ฯลฯ	68	21.3
การลดราคาของน้ำมันเครื่องเมื่อ เปลี่ยนน้ำมันเครื่องที่ร้าน	20	6.2
การเป็นสมาชิกเพื่อใช้บริการเปลี่ยน น้ำมันเครื่องครั้งต่อไปในราคาพิเศษ	14	4.4
มีบริการอื่นเสริมหลังจากการเปลี่ยน น้ำมันเครื่อง เช่น เช็คลมยาง น้ำกลั่น เป็นต้น	115	35.9
อื่น ๆ	1	0.3
รวม	320	100.0

หมายเหตุ :- อื่นๆ ได้แก่มีการสะสมแต้มเพื่อลดราคา

จากตารางที่ 15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามพอใจการส่งเสริมการขายแบบมีบริการอื่นเสริมหลังจากการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง เช่น เช็คลมยาง น้ำกลั่น เป็นต้น มากที่สุด ร้อยละ 35.9 รองลงมาได้แก่มีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องให้ฟรีเมื่อซื้อน้ำมันเครื่องของร้าน ร้อยละ 31.9 และมีของแถมติดมากับน้ำมันเครื่อง เช่น เสื้อยืด/กระเป๋า/น้ำหอมในรถยนต์ ฯลฯ ร้อยละ 21.3

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ซื้อน้ำมันเครื่อง

สถานที่ซื้อน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์	37	11.6
อู่ซ่อมรถยนต์	95	29.7
ปั้มน้ำมัน	92	28.7
ศูนย์บริการ เช่น นิยมพานิช เป็นต้น	88	27.5
อื่น ๆ	8	2.5
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ซื้อมาที่ไหนก็ได้ ร้านจำหน่ายน้ำมันเครื่องโดยตรง ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

จากตารางที่ 16 พบว่าโดยปกติผู้ตอบแบบสอบถามซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์ ร้อยละ 29.7 รองลงมาซื้อจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 28.7 และซื้อจากศูนย์บริการ เช่น นิยมพานิช ร้อยละ 27.5

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกสถานที่
ซื้อน้ำมันเครื่อง

เหตุผลในการเลือกสถานที่ซื้อ น้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
สะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	91	28.5
มีพนักงานคอยให้คำแนะนำ เป็นอย่างดี	38	11.9
มีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	75	23.4
มีสินค้าให้เลือกหลายแบบ หลายยี่ห้อ	13	4.1
เป็นตัวแทนจากผู้ผลิตโดยตรง เช่น ปัม น้ำมัน เป็นต้น	33	10.3
รับชำระด้วยบัตรเครดิต	2	0.6
ความเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้าน/ ศูนย์บริการ	66	20.6
อื่น ๆ	2	0.6
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ เป็นเพื่อนกัน

จากตารางที่ 17 พบมากที่สุดว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เหตุผลในการเลือกสถานที่
ซื้อน้ำมันเครื่องเพราะสะดวกใกล้บ้าน/ที่ทำงาน ร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่มีบริการเปลี่ยน
น้ำมันเครื่อง ร้อยละ 23.4 และมีความเชื่อถือ ชื่อเสียงของร้าน/ ศูนย์บริการ ร้อยละ 20.6

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะทางในการใช้รถยนต์ เมื่อต้องการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องครั้งต่อไป

ระยะทาง(กิโลเมตร)	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000	28	8.7
3,000 – 4,000	104	32.5
4,001 – 5,000	117	36.6
5,001 – 6,000	53	16.5
6,001 – 7,000	6	1.9
มากกว่า 7,000	12	3.8
รวม	320	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องครั้งต่อไปเมื่อใช้รถยนต์ถึงระยะทางประมาณ 4,001 – 5,000 กิโลเมตร มากที่สุด ร้อยละ 36.6 รองลงมาต้องการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องครั้งต่อไปเมื่อใช้รถยนต์ถึงระยะทาง 3,000 – 4,000 กิโลเมตร ร้อยละ 32.5 และต้องการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องครั้งต่อไปเมื่อใช้รถยนต์ถึงระยะทาง 5,001 – 6,000 กิโลเมตร ร้อยละ 16.5

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของน้ำมันเครื่องที่ซื้อ

ขนาดของน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
ขนาด 1 ลิตร	23	7.2
ขนาด 4 ลิตร	99	31.0
ขนาด 5 ลิตร	180	56.3
อื่น ๆ	18	5.5
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ 1 แกลลอน 2 ลิตร ไม่ทราบ ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันเครื่องขนาด 5 ลิตร ร้อยละ 56.3 รองลงมาได้แก่ขนาด 4 ลิตร ร้อยละ 31.0 และขนาด 1 ลิตร ร้อยละ 7.2

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการเลือกปริมาณซื้อน้ำมันเครื่อง

เหตุผลในการเลือกปริมาณซื้อน้ำมันเครื่อง	จำนวน	ร้อยละ
เลือกซื้อในปริมาณที่ราคาต่อหน่วยต่ำสุด เช่น ซื้อเป็นแกลลอนราคาถูกกว่าซื้อเป็นลิตร	25	7.8
เลือกซื้อตามที่ทางผู้ขายเสนอมา	52	16.3
เลือกซื้อเฉพาะขนาดที่ได้รับของแถม	10	3.1
เลือกซื้อตามปริมาณที่เหมาะสมกับซีซีของเครื่องยนต์	220	68.8
อื่น ๆ	13	4.0
รวม	320	100.0

หมายเหตุ : อื่น ๆ ได้แก่ ตู้ซ่อมรถยนต์/ปั๊มน้ำมัน/ศูนย์บริการจัดหาให้ ไม่ทราบ

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อน้ำมันเครื่องตามปริมาณที่เหมาะสมกับซีซีของเครื่องยนต์ ร้อยละ 68.8 รองลงมาเลือกซื้อตามที่ทางผู้ขายเสนอมา ร้อยละ 16.3 และเลือกซื้อในปริมาณที่ราคาต่อหน่วยต่ำสุด เช่น ซื้อเป็นแกลลอนราคาถูกกว่าซื้อเป็นลิตร ร้อยละ 7.8

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องรถยนต์ของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ รายได้ และอาชีพ
(ตารางที่ 21 – 32)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยน
น้ำมันเครื่อง จำแนกตามเพศ

ค่าใช้จ่าย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	41	22.9	38	27.0	79	24.7
500-800 บาท	92	51.4	66	46.8	158	49.4
801-1,000 บาท	31	17.3	23	16.3	54	16.9
1,001-1,300 บาท	11	6.2	10	7.1	21	6.5
1,301 บาทขึ้นไป	4	2.2	4	2.8	8	2.5
รวม	179	100.0	141	100.0	320	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการ
เปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500 – 800 บาท ร้อยละ 51.40 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท
ร้อยละ 22.9

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500 – 800
บาท มากที่สุด ร้อยละ 46.8 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 27.0

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อน้ำมันเครื่องซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามเพศ

ยี่ห้อ	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	49	27.4	36	25.5	85	26.6
เอสโซ่	18	10.1	12	8.5	30	9.4
คิวดอท	4	2.2	11	7.8	15	4.7
โมบิล	15	8.4	17	12.1	32	10.0
ริมูต้า	5	2.8	5	3.5	10	3.1
คาลเท็กซ์	20	11.2	19	13.5	39	12.2
คาสโตรอล	39	21.8	13	9.2	52	16.3
บีพี วิสโก้	12	6.7	10	7.1	22	6.9
อื่น ๆ	17	9.4	18	12.8	35	10.8
รวม	179	100.0	141	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : ยี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ เวลลอย เพนซอยล์ ฟิทที วาโวลีน ไม่ทราบ ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์ มากที่สุด ร้อยละ 27.40 รองลงมาซื้อยี่ห้อคาสโตรอล ร้อยละ 21.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์ มากที่สุดร้อยละ 25.5 รองลงมาซื้อยี่ห้อคาลเท็กซ์ ร้อยละ 13.5

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกสถานที่ซื้อน้ำมันเครื่อง
จำแนกตามเพศ

สถานที่	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายอะไหล่	23	12.8	14	9.9	37	11.6
อู่ซ่อมรถยนต์	60	33.5	35	24.8	95	29.7
ปั้มน้ำมัน	48	26.8	44	31.2	92	28.8
ศูนย์บริการ	42	23.5	46	32.6	88	27.5
อื่นๆ	6	3.4	2	1.5	8	2.4
รวม	179	100.0	141	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : สถานที่อื่น ๆ ได้แก่ ซื้ที่ไหนก็ได้ ร้านจำหน่ายน้ำมันเครื่องโดยตรง ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์
มากที่สุด ร้อยละ 33.50 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 26.8

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ มากที่สุด ร้อยละ 32.6
รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 31.2

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกการส่งเสริมการขาย
น้ำมันเครื่องที่พอใจ จำแนกตามเพศ

การส่งเสริมการขาย	เพศ				รวม	
	ชาย		หญิง			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี	57	31.8	45	31.9	102	31.9
มีของแถมติดมา	49	27.4	19	13.5	68	21.3
การลดราคาน้ำมันเครื่อง	10	5.6	9	6.4	19	5.9
การเป็นสมาชิก	6	3.4	8	5.7	14	4.4
มีบริการอื่นเสริม	55	30.7	59	41.8	114	35.6
อื่นๆ	2	1.1	1	0.7	3	0.9
รวม	179	100.0	141	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : การส่งเสริมการขายอื่นๆ ได้แก่มีการสะสมแต้มเพื่อลดราคา

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายพอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี มากที่สุด ร้อยละ 31.8 รองลงมาพอใจการมีบริการอื่นเสริม ร้อยละ 30.7

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงพอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริม มากที่สุด ร้อยละ 41.8 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 31.9

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรถยนต์จำแนกตามรายได้

ค่าใช้จ่าย	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001 บาท ขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	62	35.2	10	10.4	5	16.1	3	17.7	80	25.0
500-800 บาท	94	53.4	51	53.1	11	35.5	2	11.8	158	49.4
801-1,000 บาท	17	9.7	20	20.8	10	32.3	7	41.1	54	16.9
1,001-1,300 บาท	2	1.1	11	11.5	2	6.4	5	29.4	20	6.2
1,301 บาทขึ้นไป	1	0.6	4	4.2	3	9.7	0	0.0	8	2.5
รวม	176	100.0	96	100.0	31	100.0	17	100.0	320	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรถยนต์ 500-800 บาท ร้อยละ 53.4 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 35.2

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรถยนต์ 500-800 บาท มากที่สุด ร้อยละ 53.1 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 20.8

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรถยนต์ 500-800 บาท มากที่สุด ร้อยละ 35.5 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 801 – 1,000 บาท ร้อยละ 32.3

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 30,001 บาทขึ้นไป เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรถยนต์ 801 – 1,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 41.1 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 1,001 – 1,300 บาท ร้อยละ 29.4

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อน้ำมันเครื่องซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ
จำแนกตามรายได้

ยี่ห้อ	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001 บาท ขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	55	31.3	25	26.0	4	12.9	1	5.9	85	26.6
เอสโซ่	15	8.5	10	10.4	5	16.1	0	0.0	30	9.4
คิวเอท	5	2.8	4	4.2	3	9.7	3	17.7	15	4.7
โมบิล	20	11.4	8	8.3	4	12.9	0	0.0	32	10.0
ริมูล่า	6	3.4	3	3.1	0	0.0	1	5.9	10	3.1
คาลเท็กซ์	22	12.5	12	12.5	2	6.4	3	17.6	39	12.2
คาสโตรอล	33	18.7	12	12.5	4	12.9	3	17.6	52	16.2
ปีพี วิสโก้	9	5.1	8	8.3	3	9.7	2	11.8	22	6.9
อื่นๆ	11	6.3	14	14.7	6	19.4	4	23.5	35	10.9
รวม	176	100.0	96	100.0	31	100.0	17	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : ยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ วอลลอย เพนซอยล์ ฟิทที วาโวลีน ไม่ทราบ ไม่แน่ใจ

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์ มากที่สุด ร้อยละ 31.3 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อคาสโตรอล ร้อยละ 18.7

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์ มากที่สุด ร้อยละ 26.0 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นๆ ร้อยละ 14.7

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 19.4 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเอสโซ่ ร้อยละ 16.1

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้ออื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 23.5 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องยี่ห้อคิวเอท คาลเท็กซ์และคาสโตรอล ร้อยละ 17.6

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกสถานที่ซื้อน้ำมันเครื่อง จำแนกตามรายได้

สถานที่	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001 บาท ขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่ายอะไหล่	24	13.6	10	10.4	3	9.7	0	0.0	37	11.5
อู่ซ่อมรถยนต์	63	35.8	23	24.0	6	19.4	3	17.6	95	29.7
ปั้มน้ำมัน	53	30.1	26	27.1	8	25.8	5	29.4	92	28.8
ศูนย์บริการ	31	17.6	36	37.5	12	38.7	9	53.0	88	27.5
อื่น ๆ	5	2.9	1	1.0	2	6.4	0	0.0	8	2.5
รวม	176	100.0	96	100.0	31	100.0	17	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : ยี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ ซีอีที ไทเทค ได้ ร้านจำหน่ายน้ำมันเครื่องโดยตรง ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 35.8 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 30.1

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ มากที่สุด ร้อยละ 37.5 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 27.1

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ มากที่สุด ร้อยละ 38.7 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 25.8

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไปส่วนใหญ่ ซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ ร้อยละ 53.0 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 29.4

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกการส่งเสริมการขาย น้ำมันเครื่องที่พอใจจำแนกตามรายได้

การส่งเสริมการขาย	รายได้								รวม	
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,000-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001 บาทขึ้นไป			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี	57	32.4	31	32.3	9	29.0	5	29.4	102	31.9
มีของแถมคิมา	52	29.5	13	13.5	3	9.7	0	0.0	68	21.3
การลดราคาน้ำมันเครื่อง	7	4.0	6	6.3	5	16.1	1	5.9	19	5.9
การเป็นสมาชิก	6	3.4	6	6.3	2	6.5	0	0.0	14	4.4
มีบริการอื่นเสริม	54	30.7	40	41.6	10	32.3	10	58.8	114	35.6
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	2	6.4	1	5.9	3	0.9
รวม	176	100.0	96	100.0	31	100.0	17	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : การส่งเสริมการขายอื่นๆ ได้แก่มีการสะสมแต้มเพื่อลดราคา

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี มากที่สุด ร้อยละ 32.4 รองลงมาพอใจการมีบริการอื่นเสริม ร้อยละ 30.7

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริม มากที่สุด ร้อยละ 41.6 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 32.3

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 20,001 – 30,000 บาท พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริม มากที่สุด ร้อยละ 32.3 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 29.0

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับรายได้ 30,000 บาทขึ้นไป ส่วนใหญ่พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริม ร้อยละ 58.8 รองลงมาพอใจมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องให้ฟรี ร้อยละ 29.4

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง จำแนกตามอาชีพ

ค่าใช้จ่าย	อาชีพ										รวม	
	นักศึกษา		ลูกจ้างเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 500 บาท	8	15.1	24	21.1	17	21.0	10	20.4	20	87.0	79	24.7
500-800 บาท	35	66.0	64	56.1	33	40.7	23	46.9	3	13.0	158	49.4
801-1,000 บาท	7	13.2	16	4.1	18	22.2	13	26.5	0	0.0	54	16.9
1,001-1,300 บาท	2	3.8	7	6.1	10	12.3	2	4.1	0	0.0	21	6.6
1,301 บาทขึ้นไป	1	1.9	3	2.6	3	3.8	1	2.1	0	0.0	8	2.5
รวม	53	100.0	114	100.0	81	100.0	49	100.0	23	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500-800 บาท ร้อยละ 66.0 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 15.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างเอกชน ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500 - 800 บาท ร้อยละ 56.1 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 21.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500 - 800 บาท มากที่สุด ร้อยละ 40.7 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง ต่ำกว่า 801-1,000 บาท ร้อยละ 22.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง 500 - 800 บาท ร้อยละ 46.9 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 801 - 1,000 บาท ร้อยละ 26.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องต่ำกว่า 500 บาท ร้อยละ 87.0 รองลงมาเสียค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 500-800 บาท ร้อยละ 13.0

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ

ยี่ห้อ	อาชีพ										รวม	
	นักศึกษา		ลูกจ้างเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เชลล์	19	35.8	28	24.6	21	25.9	11	22.4	6	26.1	85	26.6
เอสโซ่	8	15.1	11	9.6	6	7.4	3	6.2	2	8.7	30	9.3
คิวเอท	3	5.7	7	6.1	5	6.2	0	0.0	0	0.0	15	4.7
โมบิล	6	11.3	12	10.5	5	6.2	6	12.2	3	13.0	32	10.0
ริมูล่า	0	0.0	4	3.5	4	4.9	0	0.0	2	8.7	10	3.1
คาลเท็กซ์	3	5.7	15	13.2	8	9.9	8	16.3	5	21.8	39	12.2
คาสโตรอล	8	15.1	15	13.2	19	23.5	6	12.3	4	17.4	52	16.3
บีพี วิสโก้	2	3.8	8	7.0	7	8.6	5	10.2	0	0.0	22	6.9
อื่น ๆ	4	7.5	14	12.3	6	7.4	10	20.4	1	4.3	35	10.9
รวม	53	100.0	114	100.0	81	100.0	49	100.0	23	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : -ยี่ห้ออื่น ๆ ได้แก่ เวลลอย เพนซอฮอล์ ฟิฟตี วาโวลีน ไม้ทราบ ไม่แน่ใจ

-อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์มากที่สุด ร้อยละ 35.8 รองลงมาชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเอสโซ่และคาสโตรอล ร้อยละ 15.1

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างเอกชน ชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์มากที่สุด ร้อยละ 24.6 รองลงมาชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อคาลเท็กซ์และคาสโตรอล ร้อยละ 13.2

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว ชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์มากที่สุด ร้อยละ 25.9 รองลงมาชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อคาสโตรอล ร้อยละ 23.5 และชื่อยี่ห้อคาลเท็กซ์ ร้อยละ 9.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์มากที่สุด ร้อยละ 22.4 รองลงมาชื่อยี่ห้ออื่น ๆ ร้อยละ 20.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อเชลล์มากที่สุด ร้อยละ 26.1 รองลงมาชื่อน้ำมันเครื่องยี่ห้อคาลเท็กซ์ ร้อยละ 21.8

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกสถานที่ซื้อน้ำมันเครื่อง
จำแนกตามอาชีพ

สถานที่	อาชีพ										รวม	
	นักศึกษา		ลูกจ้างเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านจำหน่าย อะไหล่	8	15.1	10	8.8	13	16.0	5	10.2	1	4.3	37	11.6
อู่ซ่อมรถยนต์	14	26.4	29	25.4	23	28.4	12	24.5	17	74.0	95	29.6
ปั้มน้ำมัน	15	28.3	38	33.3	23	28.4	13	26.5	3	13.0	92	28.8
ศูนย์บริการ	14	26.4	35	30.7	19	23.5	18	36.8	2	8.7	88	27.5
อื่น ๆ	2	3.8	2	1.8	3	3.7	1	2.0	0	0.0	8	2.5
รวม	53	100.0	114	100.0	81	100.0	49	100.0	23	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : - สถานที่อื่น ๆ ได้แก่ ซ้อมที่ไหนก็ได้ ร้านจำหน่ายน้ำมันเครื่องโดยตรง ห้างสรรพสินค้าทั่วไป

- อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อน้ำมันเครื่องจาก
ปั้มน้ำมัน ร้อยละ 28.3 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์และศูนย์บริการ ร้อยละ 26.4

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างเอกชน ซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน มากที่สุด ร้อยละ
33.3 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ ร้อยละ 30.7

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัวซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์ และปั้มน้ำมัน
มากที่สุด ร้อยละ 28.4 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ ร้อยละ 23.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซื้อน้ำมันเครื่องจากศูนย์บริการ
มากที่สุด ร้อยละ 36.8 รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 26.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่น ๆ ซื้อน้ำมันเครื่องจากอู่ซ่อมรถยนต์ มากที่สุด ร้อยละ 74.0
รองลงมาซื้อน้ำมันเครื่องจากปั้มน้ำมัน ร้อยละ 13.0

All rights reserved

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกการส่งเสริมการขาย น้ำมันเครื่องที่พอใจ จำแนกตามอาชีพ

การส่งเสริมการขาย	อาชีพ										รวม	
	นักศึกษา		ลูกจ้างเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ		อื่น ๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เปลี่ยนน้ำมัน- เครื่องฟรี	20	37.7	38	33.3	24	29.6	13	26.5	7	30.4	102	31.9
มีของแถมคิมา	9	17.0	21	18.5	20	24.7	7	14.3	11	48.0	68	21.3
การลดราคา น้ำมันเครื่อง	3	5.7	4	3.5	4	5.0	7	14.3	1	4.3	19	5.9
การเป็นสมาชิก	3	5.7	4	3.5	3	3.7	3	6.1	1	4.3	14	4.4
มีบริการอื่นเสริม	18	33.9	47	41.2	29	35.8	17	34.7	3	13.0	114	35.6
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	1	1.2	2	4.1	0	0.0	3	0.9
รวม	53	100.0	114	100.0	81	100.0	49	100.0	23	100.0	320	100.0

หมายเหตุ : - การส่งเสริมการขายอื่น ๆ ได้แก่มีการสะสมแต้มเพื่อลดราคา

- อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ เกษตรกร แม่บ้าน รับจ้างทั่วไป

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพนักศึกษา ส่วนใหญ่ พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 37.7 รองลงมาพอใจการมีบริการอื่นเสริม ร้อยละ 33.9

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพลูกจ้างเอกชน พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริมมากที่สุด ร้อยละ 41.2 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพธุรกิจส่วนตัว พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริมมากที่สุด ร้อยละ 35.8 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 29.6

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีบริการอื่นเสริม มากที่สุด ร้อยละ 34.7 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 26.5

ผู้ตอบแบบสอบถามอาชีพอื่นๆ พอใจการส่งเสริมการขายน้ำมันเครื่องแบบมีของแถมคิมา มากที่สุด ร้อยละ 48.0 รองลงมาพอใจการมีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่องฟรี ร้อยละ 30.4

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 33)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการ
ตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง

ปัญหา	ระดับปัญหา					ค่าเฉลี่ย	แปลผล
	มากที่สุด(5)	มาก(4)	ปานกลาง(3)	น้อย(2)	น้อยที่สุด(1)		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
1. ไม่มีความรู้ในการใช้น้ำมันเครื่องให้เหมาะสมกับรถยนต์	38 (11.9)	124 (38.8)	107 (33.4)	47 (14.7)	4 (1.3)	3.45	ปานกลาง
2. ไม่มีรายละเอียดการใช้งานระบุบนฉลากของน้ำมันเครื่อง	5 (1.6)	51 (15.9)	174 (54.4)	78 (24.4)	12 (3.8)	2.87	ปานกลาง
3. คุณภาพของน้ำมันเครื่องไม่ได้มาตรฐาน	11 (3.4)	40 (12.5)	135 (42.2)	110 (34.4)	24 (7.5)	2.70	ปานกลาง
4. ไม่ทราบวันเวลาที่หมดอายุที่แน่นอนของน้ำมันเครื่อง	14 (4.4)	51 (15.9)	127 (39.7)	109 (34.1)	19 (5.9)	2.79	ปานกลาง
5. ไม่รู้จักตราหี้อของน้ำมันเครื่อง	14 (4.4)	43 (13.4)	92 (28.8)	136 (42.5)	35 (10.9)	2.58	ปานกลาง
6. ไม่ได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผู้ขาย	14 (4.4)	51 (15.9)	107 (33.4)	140 (43.8)	8 (2.5)	2.76	ปานกลาง
7. ไม่ทราบราคาที่เหมาะสมของน้ำมันเครื่อง	18 (5.6)	153 (47.8)	94 (29.4)	51 (15.9)	4 (1.3)	3.41	ปานกลาง
8. ผู้ขายมีน้ำมันเครื่องขายผูกขาดเพียงยี่ห้อเดียว	8 (2.5)	34 (10.6)	137 (42.8)	110 (34.4)	31 (9.7)	2.62	ปานกลาง
9. ไม่สามารถหาร้านค้าที่ไว้วางใจให้คำแนะนำได้	9 (2.8)	38 (11.9)	123 (38.4)	120 (37.5)	30 (9.4)	2.61	ปานกลาง
10. ผู้ขายบางรายไม่มีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง	7 (2.2)	23 (7.2)	84 (26.3)	161 (50.3)	45 (14.1)	2.33	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						2.81	ปานกลาง

จากตารางที่ 33 พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามประสบในการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่อง โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย มีดังนี้ ไม่มีความรู้ในการใช้น้ำมันเครื่องให้เหมาะสมกับรถยนต์นั้น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.45) ไม่ทราบราคาที่เหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 3.41) ไม่มีรายละเอียดการใช้งานระบุบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 2.87) คุณภาพของน้ำมันเครื่องไม่ทราบวันเวลาที่หมดอายุแน่นอน (ค่าเฉลี่ย 2.79) ไม่ได้รับความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผู้ขาย (ค่าเฉลี่ย 2.76) ไม่ได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 2.70) ผู้ขายมีน้ำมันเครื่องขายผูกขาดเพียงยี่ห้อเดียว (ค่าเฉลี่ย 2.62) ไม่สามารถหาร้านค้าที่วางใจให้คำแนะนำได้ (ค่าเฉลี่ย 2.61) ไม่รู้จักตรายี่ห้อ (ค่าเฉลี่ย 2.58) ส่วนปัญหาย่อยที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ผู้ขายบางรายไม่มีบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง (ค่าเฉลี่ย 2.33)

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

การศึกษาการตัดสินใจซื้อน้ำมันเครื่องรถยนต์ ของผู้ใช้รถยนต์ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ ได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม 9 ราย จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 320 ราย สรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ควรมีเอกสาร ข้อมูลง่าย ๆ สำหรับผู้หญิง ในการดูแลรักษาเครื่องยนต์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การเลือกซื้อน้ำมันเครื่อง มีคำอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของน้ำมันเครื่องบนฉลากให้เข้าใจ ง่ายยิ่งขึ้น เช่น ความหนืด เกรด ของน้ำมันเครื่อง เป็นต้น

สินค้าควรมีราคาไม่สูง คุณภาพดี เหมาะสมกับการใช้งาน ก่อให้เกิดมลภาวะเป็นพิษ น้อยที่สุด และมีปริมาณของน้ำมันเครื่องที่เหมาะสมกับรถยนต์แต่ละชนิด

2. ด้านการบริการ

สถานบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง ควรให้ความสำคัญกับการดูแลตรวจเช็ครถยนต์อื่น ๆ ร่วมด้วยนอกเหนือจากการบริการเปลี่ยนน้ำมันเครื่อง เนื่องจากผู้ใช้รถอาจไม่ค่อยมีเวลาดูแลรถยนต์ หรือนึกถึงจุดเล็ก ๆ เหล่านั้น

3. ด้านการส่งเสริมการขาย

สำหรับลูกค้าซึ่งใช้น้ำมันเครื่องยี่ห้อเดิมตลอดไม่ยอมเปลี่ยนยี่ห้อ เพราะมั่นใจใน คุณภาพ ควรมีส่วนลดให้เป็นเปอร์เซ็นต์ หรือมีการสะสมคะแนนเป็นการให้สิทธิพิเศษในการเปลี่ยน น้ำมันเครื่องครั้งต่อไป และมีการจัดช่วงโปรโมชั่น เช่น ซื้อน้ำมันเครื่องครั้งแรกราคาเต็มและคิดราคา ลดลงในครั้งต่อไป เป็นต้น